COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois-Perret, le 30 novembre 2018

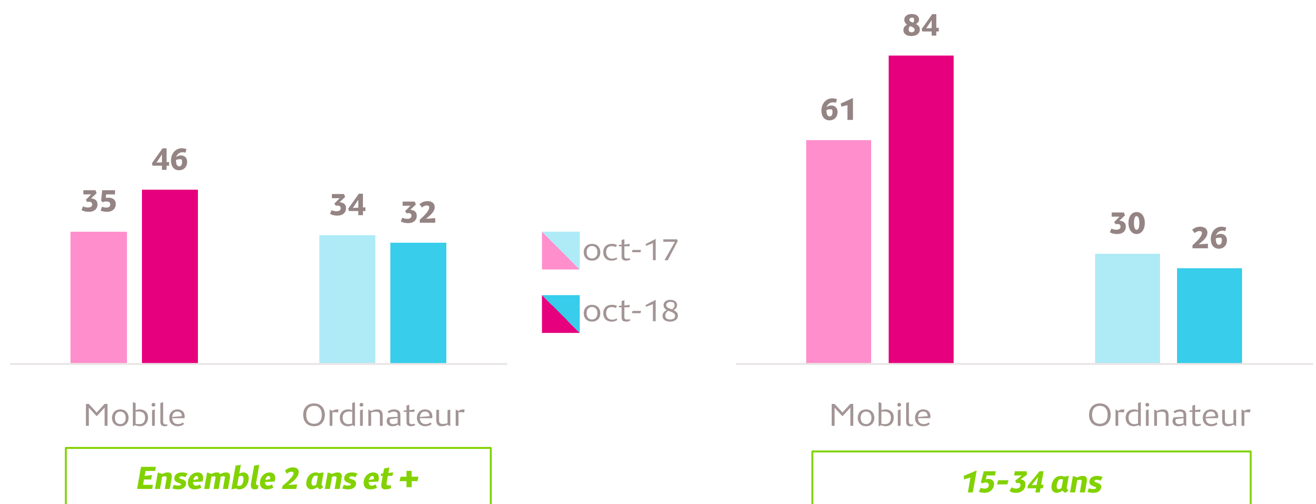
Mediametrie

Audience Internet Global en France en octobre 2018

+ 23 minutes en un an : le surf mobile chez les 15-34 ans atteint 1h24 par jour et par individu

En octobre 2018, les Français ont passé en moyenne 46 minutes par jour à consulter des sites et applications depuis un mobile, soit 11 minutes supplémentaires par rapport à octobre 2017. Le temps passé à surfer sur ordinateur montre en revanche une baisse de 2 minutes.

Chez les 15-34 ans, la hausse du surf mobile est plus marquée. Ceux-ci ont consacré chaque jour 1h24 à surfer sur cet écran en octobre 2018, soit 23 minutes de plus en un an (+36%). Les 15-34 ans comptabilisent à eux seuls 43% du temps Internet sur mobile, alors qu'ils ne constituent que 24% de la population française. Le format « Applications » reste privilégié : celles-ci agrègent 91% du temps Internet sur mobile des 15-34 ans.



Audience Internet Global – Octobre 2018 – Copyrights Médiamétrie//NetRatings



Synthèse des résultats d'octobre 2018



52,9 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet au cours du mois, soit **84,3 %** de la population française de 2 ans et plus.



Chaque jour, **43,3 millions** d'internautes se sont connectés en moyenne à Internet, soit **68,9%** de la population française.



Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par individu est en moyenne de **32 minutes sur ordinateur** et de **46 minutes sur mobile**.

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2018 - Base : 2 ans et plus

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Audience Internet Global en France en Octobre 2018

mediametrie //NetRatings

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 478 000	36 803 000
2	Facebook	46 500 000	29 077 000
3	Microsoft	37 129 000	12 163 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	33 828 000	5 470 000
5	Altice France	30 780 000	6 770 000
6	Wikimedia Foundation	29 604 000	3 815 000
7	Groupe TF1	28 975 000	3 848 000
8	Amazon	28 816 000	4 645 000
9	WEB66	28 611 000	5 922 000
10	Webedia	28 536 000	3 757 000
11	Orange	28 211 000	8 363 000
12	Vivendi	27 869 000	3 771 000
13	Prisma Media	27 733 000	4 765 000
14	Schibsted	27 074 000	6 053 000
15	Groupe Lagardere	25 690 000	3 490 000
16	Solocal Group	25 684 000	2 783 000
17	francetélévisions	23 346 000	2 806 000
18	Groupe Le Monde	22 033 000	3 060 000
19	Groupe Auchan	21 481 000	2 032 000
20	M6	21 397 000	1 916 000
21	Groupe Casino	21 371 000	2 431 000
22	La Poste	20 899 000	3 642 000
23	Apple Computer	20 836 000	9 644 000
24	Groupe Credit Agricole	20 766 000	3 849 000
25	Oath	20 226 000	6 062 000
26	Groupe Fnac Darty	18 886 000	1 597 000
27	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	18 315 000	1 665 000
28	20 Minutes France	16 809 000	1 895 000
29	Groupe Le Parisien	16 687 000	1 858 000
30	SNCF France	16 483 000	1 933 000
31	Twitter	15 972 000	3 572 000
32	Gouvernement Francais	15 302 000	960 000
33	Snapchat	15 246 000	8 230 000
34	Oredis	14 897 000	3 219 000
35	Carrefour	14 867 000	1 438 000
36	Groupe Amaury	14 678 000	2 842 000
37	Iliad	14 566 000	2 034 000
38	Samsung Group	14 358 000	2 678 000
39	LinkedIn	13 569 000	2 261 000
40	eBay	13 081 000	1 597 000
41	Hutchison-Priceline	12 654 000	1 079 000
42	Pinterest.com	12 460 000	1 990 000
43	Meteo France	12 033 000	1 774 000
44	Ministere de l Education Nationale	11 992 000	1 594 000
45	Assurance Maladie	11 832 000	1 070 000
46	E.Leclerc	11 687 000	1 098 000
47	Mondadori	11 314 000	797 000
48	RTL net	11 199 000	887 000
49	OTTO	11 168 000	1 010 000
50	Radio France	10 930 000	991 000

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2018 - Base : 2 ans et plus

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 478 000	73,4	78,0	48,0
2	Facebook	46 500 000	53,3	79,9	40,7
3	Microsoft	37 129 000	86,1	33,0	16,9
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	33 828 000	60,3	61,6	19,9
5	Altice France	30 780 000	51,7	66,0	22,0
6	Wikimedia Foundation	29 604 000	47,4	65,4	19,3
7	Groupe TF1	28 975 000	43,9	64,7	28,1
8	Amazon	28 816 000	58,9	51,3	25,3
9	WEB66	28 611 000	43,3	68,2	22,4
10	Webedia	28 536 000	54,1	58,4	22,7
11	Orange	28 211 000	56,3	59,2	15,9
12	Vivendi	27 869 000	41,0	61,5	30,3
13	Prisma Media	27 733 000	43,6	63,5	23,8
14	Schibsted	27 074 000	51,5	56,9	25,9
15	Groupe Lagardere	25 690 000	47,5	61,0	22,5
16	Solocal Group	25 684 000	56,0	54,2	16,2
17	francetélévisions	23 346 000	36,4	66,2	22,6
18	Groupe Le Monde	22 033 000	40,1	65,7	18,5
19	Groupe Auchan	21 481 000	51,4	51,2	21,0
20	M6	21 397 000	42,9	53,6	27,2
21	Groupe Casino	21 371 000	49,2	55,6	19,1
22	La Poste	20 899 000	61,0	47,1	15,5
23	Apple Computer	20 836 000	32,3	55,2	49,6
24	Groupe Credit Agricole	20 766 000	58,5	47,2	18,3
25	Oath	20 226 000	40,2	62,3	18,6
26	Groupe Fnac Darty	18 886 000	50,4	54,1	18,2
27	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	18 315 000	79,2	25,4	10,5
28	20 Minutes France	16 809 000	29,7	66,7	19,3
29	Groupe Le Parisien	16 687 000	39,6	61,7	16,0
30	SNCF France	16 483 000	39,9	64,6	15,9
31	Twitter	15 972 000	35,7	57,3	24,8
32	Gouvernement Francais	15 302 000	64,0	39,8	10,6
33	Snapchat	15 246 000	-	99,6	-
34	Oredis	14 897 000	33,5	59,8	27,5
35	Carrefour	14 867 000	51,9	45,1	21,0
36	Groupe Amaury	14 678 000	24,3	59,4	33,6
37	Iliad	14 566 000	73,2	28,1	9,9
38	Samsung Group	14 358 000	12,6	52,1	50,5
39	LinkedIn	13 569 000	41,4	52,7	22,4
40	eBay	13 081 000	49,6	50,9	13,0
41	Hutchison-Priceline	12 654 000	43,8	49,5	23,8
42	Pinterest.com	12 460 000	39,2	52,7	23,1
43	Meteo France	12 033 000	45,2	48,5	18,7
44	Ministere de l Education Nationale	11 992 000	64,7	36,1	11,0
45	Assurance Maladie	11 832 000	61,7	39,1	11,8
46	E.Leclerc	11 687 000	46,9	49,5	17,0
47	Mondadori	11 314 000	38,1	53,3	20,0
48	RTL net	11 199 000	28,6	64,5	17,4
49	OTTO	11 168 000	52,7	44,4	17,1
50	Radio France	10 930 000	35,5	61,6	15,6

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2018 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	50 920 000	34 271 000
2	YouTube	45 159 000	16 130 000
3	Facebook	44 932 000	25 941 000
4	Wikipedia	29 049 000	3 680 000
5	Amazon	27 247 000	4 347 000
6	Orange - T ACPM/OJD	26 878 000	8 174 000
7	Leboncoin.fr - T	26 597 000	5 970 000
8	Instagram	25 053 000	7 324 000
9	Microsoft	21 988 000	3 207 000
10	Apple	20 826 000	9 643 000
11	PagesJaunes - T	20 262 000	1 697 000
12	Le Figaro - T ACPM/OJD	19 980 000	2 271 000
13	franceinfo - T ACPM/OJD	19 836 000	2 170 000
14	Cdiscount	19 471 000	1 951 000
15	Dailymotion - T	18 663 000	2 008 000
16	Windows Live	18 590 000	3 009 000
17	BFM TV - T ACPM/OJD	18 113 000	2 126 000
18	Yahoo - T	17 938 000	5 514 000
19	WhatsApp	17 877 000	6 419 000
20	impots.gouv.fr	17 748 000	1 548 000
21	SFR	16 883 000	3 866 000
22	20 Minutes - T ACPM/OJD	16 808 000	1 894 000
23	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 687 000	1 858 000
24	Marmiton - T	16 158 000	1 270 000
25	Twitter	15 774 000	3 547 000
26	Fnac	15 512 000	1 137 000
27	Linternaute.com - T	15 422 000	935 000
28	Snapchat	15 246 000	8 230 000
29	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	15 073 000	2 310 000
30	Le Monde - T ACPM/OJD	14 893 000	1 667 000
31	MYTF1 - T	14 887 000	1 417 000
32	vente-privee	14 622 000	3 201 000
33	LA POSTE	14 463 000	2 006 000
34	L Equipe - T ACPM/OJD	14 382 000	2 797 000
35	Samsung	14 213 000	2 656 000
36	AlloCine - T	13 850 000	1 041 000
37	Ouest France - T ACPM/OJD	13 846 000	1 560 000
38	Free	13 760 000	1 856 000
39	LinkedIn	13 569 000	2 261 000
40	MSN - T	13 416 000	3 014 000
41	Outlook (Outlook.com)	12 724 000	4 396 000
42	OUI.sncf	12 593 000	1 157 000
43	Credit Agricole	12 531 000	2 611 000
44	Pinterest	12 460 000	1 990 000
45	Booking.com	12 455 000	1 053 000
46	Picasa	12 329 000	1 775 000
47	eBay	12 180 000	1 525 000
48	Meteo France - T	12 033 000	1 774 000
49	Bing	11 859 000	1 731 000
50	Le Journal des Femmes - T	11 817 000	737 000

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2018 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	50 920 000	72,0	78,0	47,3
2	YouTube	45 159 000	52,4	73,3	37,9
3	Facebook	44 932 000	54,2	76,2	41,6
4	Wikipedia	29 049 000	46,7	65,3	18,9
5	Amazon	27 247 000	61,7	48,1	23,4
6	Orange - T ACPM/OJD	26 878 000	56,7	57,3	15,8
7	Leboncoin.fr - T	26 597 000	51,3	56,7	25,8
8	Instagram	25 053 000	16,4	83,2	20,7
9	Microsoft	21 988 000	89,9	12,2	7,0
10	Apple	20 826 000	32,2	55,2	49,6
11	PagesJaunes - T	20 262 000	51,9	51,0	15,5
12	Le Figaro - T ACPM/OJD	19 980 000	45,9	61,1	15,5
13	franceinfo - T ACPM/OJD	19 836 000	31,9	69,3	19,1
14	Cdiscount	19 471 000	48,8	53,8	19,4
15	Dailymotion - T	18 663 000	20,1	60,6	36,0
16	Windows Live	18 590 000	67,4	26,9	23,8
17	BFM TV - T ACPM/OJD	18 113 000	32,0	69,3	18,6
18	Yahoo - T	17 938 000	38,3	62,2	17,5
19	WhatsApp	17 877 000	2,6	98,2	1,6
20	impots.gouv.fr	17 748 000	79,3	24,0	10,2
21	SFR	16 883 000	47,5	53,3	18,3
22	20 Minutes - T ACPM/OJD	16 808 000	29,6	66,7	19,3
23	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 687 000	39,6	61,7	16,0
24	Marmiton - T	16 158 000	32,9	57,1	27,5
25	Twitter	15 774 000	36,1	57,1	24,4
26	Fnac	15 512 000	46,5	53,8	17,1
27	Linternaute.com - T	15 422 000	48,5	51,2	13,7
28	Snapchat	15 246 000	-	99,6	-
29	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	15 073 000	31,9	63,3	19,9
30	Le Monde - T ACPM/OJD	14 893 000	36,3	63,0	17,0
31	MYTF1 - T	14 887 000	30,0	61,2	25,9
32	vente-privee	14 622 000	33,3	59,6	27,9
33	LA POSTE	14 463 000	62,0	41,3	13,0
34	L Equipe - T ACPM/OJD	14 382 000	23,8	59,1	34,0
35	Samsung	14 213 000	12,3	52,0	50,9
36	AlloCine - T	13 850 000	40,4	55,4	17,0
37	Ouest France - T ACPM/OJD	13 846 000	31,9	66,3	14,4
38	Free	13 760 000	73,6	26,8	10,1
39	LinkedIn	13 569 000	41,4	52,7	22,4
40	MSN - T	13 416 000	95,2	5,9	-
41	Outlook (Outlook.com)	12 724 000	65,1	40,0	9,3
42	OUI.sncf	12 593 000	40,4	59,6	16,6
43	Credit Agricole	12 531 000	62,6	37,6	12,6
44	Pinterest	12 460 000	39,2	52,7	23,1
45	Booking.com	12 455 000	43,4	49,6	23,7
46	Picasa	12 329 000	15,4	88,7	-
47	eBay	12 180 000	51,7	48,1	13,6
48	Meteo France - T	12 033 000	45,2	48,5	18,7
49	Bing	11 859 000	97,5	2,9	0,7
50	Le Journal des Femmes - T	11 817 000	35,4	56,9	18,9

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Octobre 2018 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 650 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et 700 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

Visiteurs uniques par mois : Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

Visiteurs uniques moyens par jour : Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr
Twitter : @Mediametrie
Facebook : Médiamétrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr